

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

“Business Woman” und “Montagssport”: 91 neue Titel für den Medienmarkt

Was für gewaltige Umsatzsteigerungen ein großes Sportereignis bringen kann, hat uns die WM 2006 deutlich gezeigt (siehe auch Seite 3). Aber auch das sportliche Geschehen auf regionaler Ebene bietet Medienmachern einen reizvollen Markt. So schützt RA Dr. Rudolf Griesam “Sport im Norden” und “Sport vor Ort” für seine Mandanten und Ass jur. Felicitas von Carlowitz legt Titel wie “Sport Freund” und “Sport kompakt” nach. RA Uwe Grimm setzt für seine Mandanten auf “Regio Sport” und “Sportwoche Nord”. Brainpool TV kümmert sich um die Jugendarbeit und inszeniert “Die großen ProSieben Bundesjugendspiele”. Wen spätestens jetzt das kalte Grausen bei soviel schweisstreibender Betätigung und verdrängten Kindheitstraumata überkommt, der sollte sich an den Kiesewetter Verlag halten. Der Titel “Fürstliche Menüs - Adelsfamilien kochen und bitten zu Tisch” verspricht höchsten Genuss.

Noch ein Trend zeigt sich in dieser Ausgabe: Wir dürfen endlich diese scheußlich positive und hoffnungsfrohe Stimmung ablegen. Die Medien machens vor. Die Kanzlei Strömer bringt den Titel “Mein schlimmster Tag” und Brainpool TV bietet die Gelegenheit über die “schlimmste Woche meines Lebens” zu berichten. Der Aufforderung von Phoenix-Film “Kill your Darling” möchte möglicherweise auch so Mancher Folge leisten. Besonders gut passen auch die Titel von RAin Bettina Krause zusammen: Auf “Eine folgenschwere Affäre” folgt so gleich “Vater auf der Flucht”. Studio Hamburg droht mit dem “Ende des Schweigens” und die Mandanten der Kanzlei White & Case mahnen: “Watch It”.

Doch auch die fachbezogenen Themen kommen nicht zu kurz. Was sich zudem auf dem Veranstaltungssektor tut und welche Awards demnächst vergeben werden, lesen Sie im Überblick auf der nächsten Seite.(al)

Taylor Wessing Berlin gewinnt neuen Partner



Dr. Gregor Schmid LL.M. (39) verstärkt als neuer Partner im Bereich IP (Intellectual Property) das Media & Entertainment Team der Sozietät Taylor Wessing (www.taylorwessing.com) am Standort Berlin. Schmid war Stipen-

diat und wissenschaftlicher Referent am Max-Planck-Institut für Geistiges Eigentum, Wettbewerbs- und Steuerrecht in München. Nach seiner Promotion 1999 hat er, als Managing Associate bei der Kanzlei Linklaters, Medienunternehmen, Banken und Investoren im Bereich Media Finance sowie im Zusammenhang mit Produktion und Verwertung von Inhalten beraten.

Mit Dr. Schmid verfügt die Full-Service Kanzlei Taylor Wessing über nahezu 40 Anwälte am Standort Berlin. Europaweit kümmern sich über 560 Rechtsanwälte in 11 Büros um ihre Mandanten. (al)

Online-Recht: Der VDZ lädt zum Seminar

Wer muss sich im täglichen Geschäft nicht mit dem Internet befassen. Aus dem Betrieb einer Verlagshomepage, eines Online-Portals mit Web- oder Downloadservices oder eines Online-Shops ergeben sich besondere Rechtsprobleme. Gerade in den letzten Jahren hat es viele bedeutsame Rechtsänderungen in diesem Bereich gegeben. Sei es die Datenschutzrichtlinie, das Fernabsatzgesetz oder die Urheberrechtsnovelle.

Der VDZ (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger) möchte mit dem Seminar “Online-Recht für Verlage” Geschäftsführern und leitenden Mitarbeitern in Verlagen,

IT-Fachleuten und Verlagsjuristen den neuesten Stand der Rechtsprechung darlegen.

Ziel des Seminars ist es den Online-Verantwortlichen die notwendigen rechtlichen Grundlagen zu vermitteln, um das umfassende Internetangebot eines Fachverlages rechtsicher zu betreiben. (al)

*Termin: 19. Sept. 2006
Hotel Friedberger Warte,
Frankfurt*

*Veranstalter: VDZ Zeitschriften Akademie GmbH
Tel. 030-72 62 98-113
Infos unter: www.zeitschriften-akademie.de*

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Diese Woche: 91 Titel

21.21	Hautnah	Sport Blitz
B otschafter	InternetTV Global	Sport Express
Bruno der Problembär	K ILL YOUR DARLING	Sport Extra
Business Woman	Kinderpreis Deutschland	Sport Freund
Countdown bis zum Tod	Kinderstudie Deutschland	Sport im Norden
D as Ende des Schweigens	M ainzer Sonntagszeitung	Sport in SH
Das SportMuseum	Maxi Sport	Sport Kompakt
Das SportMuseum Hamburg	Mega Sport	Sport Megafon
Der Botschafter	Mein schlimmster Tag	Sport Presse
Der deutsche Ehrenpreis	Mein Sonntag in Mainz	Sport vor Ort
Der schlimmste Tag	Mein Sonntag in Wiesbaden	Sport Welt
Deutsche Kinderstudie	Mein Sonntagsblatt	Sport Xpress
Deutscher Ehrenpreis	Meine Tierklinik in Afrika	Sportwoche Nord
Die Großen ProSieben Bundesjugendspiele	Montagssport	Star Woche
Die Kanzlerin	o nlineTV Global 3	Starwoche
Die schlimmste Woche meines Lebens	P ackmittel	Super Sport
E ine folgenschwere Affäre	PC KONKRET (Reihentitel)	SuperGlück
Eurogamer	PC KONKRET (Reihentitel)	t alk & dial
Euro-Gamer	PC KONKRET (Reihentitel)	talk + dial
Eurogamer.de	Prima Pause	talk und dial
Euro-gamer.de	Prima Sport	TOE
Europäischer Kinderpreis	R egio Sport	Top Sport
European Children's Award	Regional Sport	V ater auf der Flucht
Extra Sport	Ring frei	W ATCH IT
F ürstliche Menüs	Ringside	WebTV Global
Adelsfamilien kochen und bitten zu Tisch	S ehnsucht nach Rimini	Wiesbadener Sonntagsblatt
G amesindustry	Seite 1 - Die Comedy Schlagzeilen	Wiesbadener Sonntagszeitung
Gamesindustry.de	SH Sport	Wochenende in Mainz
H allo Europa	SONNTAG in Mainz	Wochenende in Wiesbaden
HANNOVERS STOLZ	SONNTAG in Wiesbaden	Woundmanagement
	Sport am Montag	Wundmanagement

Der Titelschutz Anzeiger

Die nächste Ausgabe: Nr. 783 erscheint am 01.08.2006 **Anzeigenschluss:** 28.07.2006, 10 Uhr

Der Titelschutz Anzeiger mit Software Titel

Die nächste Ausgabe: Nr. 785 erscheint am 15.08.2006 **Anzeigenschluss:** 11.08.2006, 10 Uhr

**Top News aus Werbung,
Marketing und Medien**

www.new-business.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Gut zu wissen:

Kontaktanzeigen von Prostituierten zulässig

Der Bundesgerichtshof (BGH) hat es jetzt entschieden: Kontaktanzeigen von Prostituierten in Zeitungen sind grundsätzlich erlaubt.

Die Betreiber einer Bar, in der Prostituierten und deren Kunden sexuelle Kontakte ermöglicht werden, hatten sich in diesem Fall bis Karlsruhe geklagt.

Die Veröffentlichung dieser speziellen Kontaktanzeigen in verschiedenen Zeitungen sei eine unzulässige Werbung für Prostitution. Die Unlauterkeit der Werbung ergebe sich aus einem Verstoß gegen das OWiG (Ordnungswidrigkeitengesetz). Also nahmen die Kläger die Herausgeber der Zeitungen auf Unterlassung in Anspruch.

Die Karlsruher Richter sahen zwar das konkrete Wettbewerbsverhältnis zwischen Klägern und den Anzeigenkunden der Zeitungsverlage, erkannten aber den Unterlassungsanspruch nicht an. Mit dem im Januar 2002 in Kraft

getretenen Prostitutionsgesetz hat der Gesetzgeber dem Wandel der Stellung der Prostituierten in der Gesellschaft auch in rechtlicher Hinsicht Rechnung getragen.

Danach seien die Ausübung der Prostitution und damit in Zusammenhang stehende Rechtsgeschäfte nicht mehr als schlechthin sittenwidrig anzusehen. Das gewandelte Verhältnis sei bei der Auslegung des § 120 OWiG zu berücksichtigen. Die Bestimmung könne nicht mehr im Sinne eines generellen Verbots jeglicher Werbung für entgeltliche sexuelle Handlungen angewendet werden. Erforderlich sei vielmehr eine konkrete Beeinträchtigung von Rechtsgütern der Allgemeinheit, namentlich des Jugendschutzes. Die angegriffenen Zeitungsanzeigen gäben aber insoweit keinen Anlass zu besonderen Beanstandungen. (al)

BGH vom 13.07.2006,
AZ: IZR 231/03, IZR 241/03,
IZR 65/05

Markenmotor Fußball

WM der Ausrüster: Puma, Adidas und die Kleinen siegen.

Es war die Fußball WM der europäischen Mannschaften und es war auch die WM der deutschen Marken. Der Sieger trug Puma und Adidas hat sein Umsatzziel erreicht. Mit Lotto und Umbro hatten es auch zwei der insgesamt vier kleineren Fußballmarken in das Viertelfinale geschafft.

Fast alle Ausrüster dürften mit der Fußball-WM zufrieden sein. 8 Mannschaften, 5 Marken hieß es im Viertelfinale der Fußball-WM 2006.

Doch die Markenüberraschung blieb aus: Im Halbfinale waren die drei großen Fußball-Ausrüster wieder unter sich. Das Treppchen erklimmte Adidas mit Frankreich (2.) und Deutschland (3.) gleich 2 mal, doch an einem WM-Sieg für Puma ist nicht zu zweifeln. Die „schicken“ Italiener gewannen, die Siegesfeiern in Rom waren ein blaues Meer, über das sich der Ausrüster aus Herzogenaurach gefreut haben dürfte.

Gerade das Halbfinale kann als maximale Ausbeute beim Sponsoringgeschäft gel-

ten, da die Halbfinalisten je 7 Spiele absolvieren. Die Markenbeobachter in den Medien waren sich einig, egal ob es nur ein gefühlter, ein errechneter oder ein von der PR-Abteilung herbeigeredeter Sieg war: Auch Adidas hat Grund zum Feiern. „Adidas geht als erfolgreichster Ausrüster aus der WM hervor“, titelte beispielsweise die Süddeutsche Zeitung. In einem Ausrüster-Cup hatte die Börsen-Redaktion der ARD ein Punktesystem erdacht, bei dem Adidas (130 Punkte) den Konkurrenten Puma (127) knapp schlug. Marathon (72) landete hier als Überraschungsmarke nur knapp hinter Umbro (78) und Nike (84).

Das Image der WM-Sieger spiegelt auch das Fifa-Ranking wieder, wo sich Italien um 11 Plätze, Deutschland um 10 Plätze oder England um 5 Plätze verbessern konnte. Abgerutscht um 8 Plätze auf Platz 10 ist beispielsweise Tschechien. Das Engagement von Puma hat sich nach Unternehmensangaben gelohnt. Der Umsatz soll um 40 Prozent gestiegen sein. Relativiert wird diese Zahl nur dadurch, dass der Ausgangswert unklar bleibt, Branchenkenner sprechen von maximal 300 Millionen Euro. Immerhin waren die schwarzen Raubtiere mit 34 von 64 in mehr als der Hälfte aller WM-Spiele auf dem Rasen und damit auch in TV-Großaufnahme – noch viel größer für Millionen auf Großbildleinwand – zu sehen.

Puma setzt auf die WM 2010

Puma-Chef Jochen Zeitz hatte schon während der WM eine aggressive Marketingkampagne für die WM 2010 in Südafrika angekündigt, wo mit einem Absatzzuwachs bis zu

400 Prozent zu rechnen sei. Einziger Wermutstropfen: Das Afrikaengagement und das Sponsoring der Underdogs zahlte sich bei dieser WM noch nicht aus. Mit Italien hatte nur ein Puma-Team die Runde der letzten 8 erreicht. Zum Vergleich: Nike 2, Adidas 3.

30% plus für Adidas

Adidas soll nach Informationen der Süddeutschen Zeitung eine Umsatzsteigerung von 30% auf 1,2 Milliarden Euro verzeichnen. Damit hätte die 3-Streifen-Marke als Sponsor, offizieller Ausrüster und Spielballlieferant das selbstgesteckte Ziel von 1 Milliarde Euro Fußballumsatz durch den erheblichen Werbeinsatz weit überschritten. Ein paar Punkte im ewigen Kampf um die Marktführerschaft als Fußballmarke konnte Adidas auch einfahren. Doch der Sportartikelweltmarktführer Nike gibt sich nicht geschlagen. Obwohl die Swoosh-Ausrüster mit geballter Werbekraft auf den Topfavoriten Brasilien gesetzt und sich damit verzockt hatten, behauptet das Unternehmen nach wie vor, die Nummer eins unter den Fußballmarken zu sein. Immerhin stand mit Portugal am Ende ein Nike-Team im Halbfinale. Joma (Costa Rica) durfte das Eröffnungsspiel bestreiten und hatte damit schon vor der WM gewonnen. Marathon überstand mit Ecuador sogar die Vorrunde. Die Lotto-Mannschaft Ukraine sowie England mit Umbro auf der Brust waren erst jeweils nach 5 Spielen in der Runde der letzten 8 ausgeschieden und hatten damit zur andauernden Markenvielfalt mit beigetragen.

Quelle:
www.markenbusiness.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für:

Mein schlimmster Tag Der schlimmste Tag

in allen Schreibweisen, sämtlichen Darstellungsformen, Schriftarten und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische Medien einschließlich Multimedia Anwendungen (Online und Offline-Dienste).

**Strömer Rechtsanwälte,
Duisburger Straße 5, 40477 Düsseldorf**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

- PC KONKRET (Reihentitel)**
- **Richtig und sicher surfen (Einzeltitel)**
- **Rechner aufräumen und beschleunigen (Einzeltitel)**
- **WLAN einrichten und absichern (Einzeltitel)**

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Stiftung Warentest - Sonderpublikationen,
Lützowplatz 11-13, 10785 Berlin**

Unter Hinweis auf § 5, Abs. 3 Markengesetz nehme ich im Auftrag meines Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Das SportMuseum Hamburg Das SportMuseum

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere Internet-Dienste, Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimediaanwendungen (Online-/Offline-Dienste) sowie für Veranstaltungen, Dienstleistungen und Merchandising aller Art.

**Rechtsanwalt Martin Glänzer,
Borselstraße 18, 22765 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5, Abs. 3 MarkenG nehme ich im Auftrag meiner Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Kinderstudie Deutschland Deutsche Kinderstudie

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere Internet-Dienste, Film, TV, Hörfunk, CD-ROM und/oder andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimediaanwendungen (Online- / Offline-Dienste) sowie Dienstleistungen aller Art.

**Rechtsanwalt Martin Glänzer,
Borselstraße 18, 22765 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich im Auftrag meiner Mandantin Titelschutz in Anspruch für

Europäischer Kinderpreis Kinderpreis Deutschland European Children's Award

in allen Schreib- und graphischen Gestaltungsweisen, Kombinationen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für sämtliche Medien, insbesondere TV, einschließlich Ton-, Bild/Tonträgern, Film-, Hörfunk-, Software-, Internetdienste, Video, CD-ROM und/oder andere Datenträger sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und/oder digitale Medien einschließlich sämtlicher Multimedienwendungen (Online-/Offline-Dienste) sowie Dienstleistungen, Veranstaltungen und Merchandising aller Art.

**Rechtsanwalt Martin Glänzer,
Borselstraße 18, 22765 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz für eine Mandantin in Anspruch für die Titel

talk und dial talk & dial talk + dial

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

**Rechtsanwalt Dr. Rudolf Griesam,
Südliche Auffahrtsallee 66, 80639 München**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Hallo Europa

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Event-TV Fernsehproduktionsgesellschaft mbH,
Konstanzer Straße 59, 10707 Berlin**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

HANNOVERS STOLZ

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen für sämtliche Medien.

**Brauerei Herrenhausen KG,
Herrenhäuser Straße 83, 30419 Hannover**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Das Ende des Schweigens

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien, insbesondere Druckerzeugnisse, Hörfunk, Fernsehen, Film, elektronische, digitale (Online- und Offline-Dienste in allen technischen Verfahren) und audiovisuellen Medien, z.B. Internet, Intranet, im Mobile Business in jeder Nutzungsform, z.B. für Mobilephones, PDA etc., z.B. als SMS, MMS-Bilder/Videos/Fotos und Klingeltöne in jeder Nutzungsart sowie Veranstaltungen in jeder Form, Softwareerzeugnisse, Musicals, Bühnenwerke und Merchandising in jeglicher Form.

**Studio Hamburg Produktion GmbH,
Jenfelder Allee 80, 22039 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für den Titel

Starwoche Star Woche

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

**Rechtsanwalt Christian Böttger,
Sievekingdamm 44, 20535 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Die Großen ProSieben Bundesjugendspiele

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**BRAINPOOL TV GmbH,
Schanzenstraße 22, 51063 Köln**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantschaft Titelschutz in Anspruch für

Eurogamer Euro-Gamer Eurogamer.de Euro-gamer.de Gamesindustry Gamesindustry.de

in allen möglichen Schreibweisen, Wortverbindungen, Zusammensetzungen und Abkürzungen, Abwandlungen und Schriftarten und Darstellungsformen für alle Medien, insbesondere für Druckerzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Internet, alle elektronischen und digitalen Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Off-Line und On-Line-Dienste, Telekommunikationsdienstleistungen, Unified Messaging Systems, SMS, WAP sowie Softwareerzeugnisse aller Art.

**Eurogamer Network Ltd.,
18 Surrenden Crescent, Brighton BN1 6WF, UK**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Bruno der Problembär

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, für alle Medien, insbesondere, ohne hierauf beschränkt zu sein, für Film, Fernsehen, Video, Video-on-demand, Hörfunk und Druckerzeugnisse jeglicher Art sowie digitale Speicher- und Wiedergabemedien, Bühnenaufführungen und Veranstaltungen jeglicher Art.

**Schoepe Fette Pennartz Reinke Rechtsanwälte,
Beethovenstraße 14, 80336 München**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

InternetTV Global WebTV Global onlineTV Global 3

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**concept/design GmbH,
Rosenhof 5, 37603 Holzminden**

Unter Hinweis auf § 5 Absatz 3 Markengesetz nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Meine Tierklinik in Afrika

in jeder Schreibweise, Abkürzung, Darstellungsform und grafischen Gestaltung zur Verwendung für alle Printmedien, Hörfunk und Fernsehen, Softwareerzeugnisse, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, CD-I sowie ONLINE-Dienste.

**KOCH Media GmbH,
Gewerbegebiet 1, A - 6600 Höfen / Österreich**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für den Titel

Packmittel

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Zusammensetzungen, in allen Medien, insbesondere Druckereierzeugnisse, elektronische und digitale Medien, Softwareerzeugnisse, Online-Dienste, Online-Medien oder Multimedia-Anwendungen.

**WD Rechtsanwälte Dr. Wartner Dr. Dietrich,
RA Dr. M. Rath-Glawatz,
Korte Blöck 35, 22397 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Die schlimmste Woche meines Lebens

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**BRAINPOOL TV GmbH,
Schanzenstraße 22, 51063 Köln**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

KILL YOUR DARLING

in allen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Abkürzungen, Titelkombinationen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen, insbesondere Groß- und Kleinschreibung, Schriftarten, entsprechenden Untertiteln und mit allen Zusätzen für alle Medien, insbesondere Hörfunk, Film, Fernsehen und sonstige elektronische Medien und Netzwerke einschließlich Offline- und Online- und mobile Dienste, sonstige audiovisuelle Medien sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, DVD, alle sonstigen CD-Derivate, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Mobile Business in jeder Form), Merchandising-Produkte, Veranstaltungen, Bücher, Zeitschriften, Kataloge und alle anderen Printmedien und Druckerzeugnisse sowie Dienstleistungen aller Art.

**PHOENIX-FILM Karlheinz Brunne
mann GmbH & Co. Produktions KG,
Oberlandstraße 26-35, 12099 Berlin**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für die Titel

**Regio Sport
Super Sport
Top Sport
SH Sport
Sport in SH
Sport am Montag
Montagssport
Sportwoche Nord**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

**Rechtsanwalt Uwe Grimm,
Rathausstraße 6a, 20095 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für die Titel

**Sport Express
Sport Xpress
Sport Presse
Sport Kompakt
Sport Blitz
Sport Freund
Sport Welt
Sport Megafon**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

**Ass. jur. Felicitas von Carlowitz,
Stolpener Straße 13, 04808 Falkenhain-Heyda**

Namens meiner Mandantin nehme ich gemäß §§ 5, 15 MarkenG Titelschutz in Anspruch in allen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, sowie für sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, insbesondere auch CD-ROM, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien:

**SONNTAG in Mainz
SONNTAG in Wiesbaden
Mein Sonntag in Wiesbaden
Mein Sonntag in Mainz
Mein Sonntagsblatt
Wiesbadener Sonntagsblatt
Mainzer Sonntagszeitung
Wiesbadener Sonntagszeitung
Wochenende in Mainz
Wochenende in Wiesbaden**

**Rechtsanwalt Dr. Christian Russ,
An der Ringkirche 6-8, 65197 Wiesbaden**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz für eine Mandantin in Anspruch für die Titel

**Sport im Norden
Sport Extra
Sport vor Ort
Extra Sport
Mega Sport
Maxi Sport
Prima Sport
Regional Sport**

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schriftarten und Zusammensetzungen für alle Medien, insbesondere für Printmedien und/oder audiovisuelle und/oder elektronische und/oder digitale Medien, Film, Fernsehen, Rundfunk und Netzwerke, einschließlich On-Line-Dienste und Off-Line-Dienste, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art sowie für Dienstleistungen, Veranstaltungen und Unterhaltung aller Art.

**Rechtsanwalt Dr. Rudolf Griesam,
Südliche Auffahrtsallee 66, 80639 München**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

SuperGlück

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen, Schriftarten, Wortverbindungen und Kombinationen für Ton- und Bildtonträger aller Arten, elektronische Medien (u.a. Rundfunk, Fernsehen, Netzwerke, Datenbanken) sowie sonstige Mediadaten-träger, Merchandising, Druckerzeugnisse und Veranstaltungen.

**Heuking Kühn Lüer Wojtek Rechtsanwälte,
Magnusstraße 13, 50672 Köln**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für:

Business Woman

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen für alle Medien, insbesondere Film, Fernsehen, Hörfunk, Druckerzeugnisse, Software und elektronische Medien einschließlich Multimedia-Anwendungen (On-Line und Off-Line).

**Rechtsanwalt Thomas Gottlöber,
Stephanienstraße 19, 40211 Düsseldorf**

Unter Hinweis auf § 5, Abs. 3 Markengesetz, nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Sehnsucht nach Rimini Der deutsche Ehrenpreis Deutscher Ehrenpreis Der Botschafter Botschafter

In allen Schreibweisen und Darstellungsformen für Kino-, Rundfunk- und Fernsehsendungen, sonstige audiovisuelle Medien und Träger sowie Druckerzeugnisse.

**U5 Filmproduktion GmbH & Co. KG,
Hanauer Landstraße 52, 60314 Frankfurt**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Fürstliche Menüs Adelsfamilien kochen und bitten zu Tisch

in allen Darstellungsformen und Schreibweisen insbesondere für TV und alle anderen Medien wie zum Beispiel Internet und ähnliche.

**Kiesewetter Verlag,
Bahrenfelder Marktplatz 19, 22761 Hamburg**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für

Seite 1 - Die Comedy Schlagzeilen

in allen möglichen Wortverbindungen, Zusammensetzungen, Abwandlungen, Untertiteln, Schriftarten, Titelkombinationen, Abkürzungen, Darstellungsformen, graphischen Gestaltungen, Schreibweisen und mit allen Zusätzen in sämtlichen Medien, einschließlich Ton- und Bildtonträger, Hörfunk, Film, Fernsehen (insbesondere aber nicht beschränkt auf die Nutzung als Titel für Film-, Fernseh- und Videoproduktionen aller Art) und sonstige elektronische und digitale Medien und Netzwerke einschließlich Off-line und On-line-Diensten, sonstige audiovisuelle, elektronische und digitale Medien, sowie Software-Erzeugnisse, CD-ROM, CD-I, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, Telekommunikationsdienstleistungen (einschließlich Unified Messaging Systems, SMS, WAP), Literatur- und Druckerzeugnisse aller Art und Form, Merchandising, Veranstaltungen, Dienstleistungen, sowie Domain-Bezeichnungen im Intra- und Internet.

**BRAINPOOL TV GmbH,
Schanzenstraße 22, 51063 Köln**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Countdown bis zum Tod Eine folgenschwere Affäre Vater auf der Flucht Ring frei 21.21 Hautnah

in allen möglichen Kombinationen, Schreibweisen, Darstellungsformen, Abwandlungen und Schriftarten für Druckereizerzeugnisse, Software-Erzeugnisse, Hörfunk, Film, Fernsehen, Bild-, Ton- und Datenträger aller Art, elektronische und digitale Medien und Netzwerke, insbesondere auch CD-ROM, DVD, CD-I, Offline- und Online-Dienste und sonstige Online-Medien.

**Bettina Krause Rechtsanwaltskanzlei,
Hauptstraße 42, 82327 Tutzing**

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Deutschlands führendes Spezialmedium für Titelschutz

Für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, Tonträger, Hörfunk, TV und Film

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehme ich Titelschutz in Anspruch für

Die Kanzlerin

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**Swantje-Britt Koerner,
Kanzowstraße 11, 10439 Berlin**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

TOE

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**W.L. Gore & Associates GmbH,
Hermann-Oberth-Straße 22, 85640 Putzbrunn**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für einen Mandanten Titelschutz in Anspruch für

Prima Pause

in allen Schreibweisen, Darstellungsformen und Wortverbindungen, für alle Medien.

**Loschelder Rechtsanwälte,
Konrad-Adenauer-Ufer 11, 50668 Köln**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir Titelschutz in Anspruch für:

Ringside

in allen Schreibweisen und Darstellungsformen.

**PV Verlags GmbH,
Cecilienallee 19, 40474 Düsseldorf**

Im Namen eines Mandanten nehme ich gemäß §§ 5, 15 MarkenG Titelschutz in Anspruch für die beiden folgenden Titel in allen Schreibweisen und Darstellungsformen:

Wundmanagement Woundmanagement

**Rechtsanwalt Marco Kläring, LL.M.,
Anwaltskanzlei Fuhrmann Wallenfels Binder,
Kurfürstendamm 224, 10719 Berlin**

Unter Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG nehmen wir für eine Mandantin Titelschutz in Anspruch für

WATCH IT

in allen Schreibweisen, Schriftarten und Darstellungsformen für Druckerzeugnisse, Datenträger und elektronische Medien einschließlich Online-Diensten und Domainbezeichnungen.

**Rechtsanwälte White & Case LLP,
Jungfernstieg 51, 20354 Hamburg**

**Impressum DER TITELSCHUTZ ANZEIGER
Presse Fachverlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstr. 16, 22041 Hamburg
Fon: (040) 609 009 - 0, Fax: (040) 609 009-66
titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de
www.titelschutzanzeiger.de**

Verleger: Peter Strahlendorf (v.i.S.d.P.)
Redaktion: Angela Lautenschläger (al) -61
Peter Strahlendorf (ps) -11, Ralf Deppe (rd) -80
Ansprechpartner für Titelschutzanzeigen:
Angela Lautenschläger, -61

Geschäftsanzeigen: Manuela Busche, -51
Druckauflage: 3.400 **Verbreitete Auflage:** 3.100
Erscheinungsweise: wöchentlich (dienstags)

Empfängerkreis: Medienanwälte/Fachjuristen, Justitiare, Geschäftsführer und Entscheider in Verlagen, Hörfunk- und TV-Anstalten, Produzenten von audiovisuellen, digitalen und elektronischen Medien (Film, Fernsehen, Video, Tonträger, Software).

Bezugspreis: Jährlich € 80,- zgg. Ust. (inkl. Versand)
Für Empfänger aus dem o.g. Verkehrskreis kostenlos.

Preis für Titelschutzanzeigen:

Standard mit einem Titel € 150,-, jeder weitere Titel innerhalb einer Anzeige plus € 35,- jeweils zzgl. USt.

Anzeigenschluss: jeweils Freitag, 10 Uhr

Es gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 8 vom 1.1.2003

Bankverbindungen:

Hamburger Sparkasse, Kto. 1105 212 649, BLZ 200 505 50
Handelsregister HRA 96 228, Ust.-Id-Nr. DE813310785

Druck: Lehmann Offsetdruck GmbH, 22850 Norderstedt

© 2006 Presse Fachverlag, Hamburg.